

2. Васючэнка, П. Славянскі сімвалізм: нацыянальна-адметнае і агульнае / П. Васючэнка; XII Міжнар. з'езд славістаў. – Мінск, 1998. – 20 с.
3. Каваленка, В.А. Міфа-паэтычныя матывы ў беларускай літаратуры / В.А. Каваленка. – Мінск: Навука і тэхніка, 1981. – 320 с.
4. Проблема религиозно-культурной идентичности в русской мысли XIX–XX веков: современное прочтение: учеб.-метод. пособие / автор-составитель Г.Я. Миненков. – Минск: ЕГУ, 2003. – 656 с.
5. Толмачев, В.М. Декаданс: опыт культурологической характеристики / В.М. Толмачев // Вестник Московского университета. Серия 9. Филология. – 1991. – № 5. – С. 18–28.
6. Шамякіна, Т.І. Беларуская класічная літаратурная традыцыя і міфалогія / Т.І. Шамякіна. – Мінск: БДУ, 2001. – 238 с.
7. Щукина, Д.А. Мифологизация пространства у Блока и Булгакова / Д.А. Щукина // Александр Блок и мировая культура: материалы научной конференции, 14–17 марта 2000 г. / отв. ред. В.В. Мусатов, сост. Т.В. Игошева. – Великий Новгород: НовГУ им. Ярослава Мудрого. – 2000. – С. 357–368.

Ларыса Цімошык
Беларускі дзяржаўны ўніверсітэт

АГЛЯДАЛЬНІК ПА КУЛЬТУРЫ: ПЫТАННІ ПРАФЕСІЯНАЛІЗМУ

Эпоха інфармацыі (у якой мы цяпер існуем) паўплывала на прафесію журналіста: росквіт перажываюць інфармацыйныя жанры, мяняюцца прыярытэты ў працы тых, хто забяспечваюць СМІ матэрыяламі. Трэба адзначыць, што ў пэўным сэнсе гэтыя змены пайшлі на карысць журналістыцы ў галіне культуры: тэма стала даволі запатрабаванай (не ў малой ступені дзякуючы рэкрэацыйнай функцыі, якую выконвае культура і прэса, якая асвятляе культурныя падзеі). Менавіта таму, што жыццё вельмі актыўна прапануе забаўляльны ўхіл, перад журналістыкай у галіне культуры стаіць задача – захаваць высокую якасць у асвятленні лепшых узораў мастацтва, не зводзячы асвятленне гэтай тэмы да свецкай хронікі.

Калі грамадства зацікаўлена ў высокапрафесійнай культуры, то яно павінна быць зацікаўлена і ў сур'ёзнай журналістыцы ў галіне культуры. У сучаснай беларускай рэчаіснасці на гэта працуюць усё тыя ж традыцыйныя СМІ (газеты, тэлебачанне і радыё з асобнымі каналамі), якія з'яўляюцца лютэракам культурнага жыцця і нават удзельнікамі культурнага працэсу: дапамагаюць наладзіць дыялог паміж творцамі і

гледачамі. Толькі на ўзроўні інфармацыйнай журналістыкі гэтага дамагчыся немагчыма, таму што культурныя з’явы патрабуюць аналізу, тлумачэння і інтэрпрэтацыі іх сэнсу чытачам. Гэта задача для аглядальнікаў па культуры, якія не проста сочаць за падзеямі, як гэта робяць карэспандэнты, яны павінны сачыць за культурнымі працэсамі, якія адбываюцца ў краіне і свеце, аналізаваць падзеі і факты культурнага жыцця і ўмець даходліва тлумачыць іх сутнасць іншым. Гэта накладвае пэўныя прафесійныя і асобасныя патрабаванні: аглядальнікі павінны быць глыбока дасведчанымі ў мастацтве асобамі, разумець сутнасць культурных з’яў. І важна так прадставіць іх у СМІ, каб зацікавіць іншых культурным жыццём сваёй краіны.

Адзін з самых галоўных алгарытмаў, які адкрывае шлях да прафесіяналізму – уменне адэкватна выбіраць жанр у залежнасці ад тэмы. Абраны спосаб адлюстравання рэчаіснасці абумоўлены неабходнасцю вырашэння пэўных задач канкрэтным тэкстам. Яны дыктуюцца ўзроўнем выдання ці яго фарматам: адны пераследуюць мэту інфармавання аўдыторыі, другія – прапануюць глебу для разважанняў і аналізу.

Таму на старонках газет (нават штодзённых, арыентаваных на інфармаванне) традыцыйна спалучаліся розныя жанравыя групы. Без якога-небудзь кампаненту СМІ, у прынцыпе, могуць існаваць: відавочна, што інтэрнэт-прастора сёння ў большай ступені выконвае функцыю інфармацыйную. Натуральна, газеты могуць прапанаваць нешта ў дадатак: запрасіць да роздуму праз аналітыку, прапанаваць думкі для асэнсавання, стварыць глебу для дыскусіі, даючы магчымасць суаднесці розныя погляды. А могуць і задаволіць эстэтычныя патрабаванні больш падрыхтаванага і адукаванага чытача праз публікацыі мастацка-публіцыстычныя. Відавочна, што толькі ў адзінстве, дапаўняючы адна другую, тры групы жанраў могуць забяспечваць больш поўна інтэлектуальныя патрэбы чалавека, які ў газеце бачыць люстэрка жыцця. Гэты падыход у большай ступені забяспечваецца аглядальнікамі (ці людзьмі, якія па штатным раскладзе могуць так не называцца, але фактычна працуюць згодна з прынцыпамі працы аглядальнікаў).

Для аглядальніцкага падыходу важна не проста сказаць, што за мастацкая з’ява прадстаўлена, але паразважаць і пра тое, як гэта было. Адказ на пытанне «як?» сам па сабе ўжо выводзіць аўтара на іншы ўзровень. Каб адказаць на пытанне «як?», трэба супастаўляць, разважаць, выявіць тэндэнцыі, сказаць пра мэтазгоднасць. А гэта значыць – аналізаваць. І добры, прафесійны журналіст пойдзе менавіта такім

шляхам, бо як правіла ён даражыць сваім чытачом і хоча захаваць яго надалей. Таму не дзіва, што нават у інфармацыйных тэкстах на культурную тэму можна выявіць элементы аналізу. Аднак падобныя тэксты, задача якіх найперш прыцягнуць увагу чытача да падзеі, ператвараючы яго ў гледача, ніякім чынам не падмяняюць і не замяняюць рэцэнзій, задачы якіх больш значныя. Яны вынікаюць з задач самой аналітычнай журналістыкі, якая не дазваляе чытачу перайсці выключна на пазіцыю аморфнага спажываўца як журналісцкіх тэкстаў, так і культурных падзей, але запрашае да актыўнага ўдзелу ў культурным працэсе са сваёй пазіцыяй і меркаваннем. Тэндэнцыя беларускіх СМІ апошніх гадоў сведчыць пра тое, што такіх матэрыялаў становіцца больш (мяркуючы па цікавасці да жанру рэцэнзій на мастацкія творы). Калі звярнуць увагу на выкарыстанне жанру класічнага аналітычнага артыкула, то ў яго, на жаль, пакуль не адбылося рэнесансу ў беларускіх СМІ. І тут адыгрывае ролю момант чыста прафесійны: пісаць грунтоўную аналітыку здольны далёка не кожны журналіст, ёсць элементарная боязь сур'ёзных жанраў, якія паказваюць узровень дасведчанасці аўтара ў тэме, яго здольнасць мысліць і рабіць самастойныя высновы. Таму добры аглядальнік (аналітык) – гэта найперш асоба інтэлектуальна напоўненая, з пачуццём мастацкага густу, з асэнсаваным існаваннем у прафесіі, свабодным мысленнем і асаблівым поглядам на свет.

Літаратура

1. Лазутина, Г. Основы творческой деятельности журналиста / Г. Лазутина. – М.: Аспект Пресс, 2006. – 240 с.

Юлия Чернявская

Белорусский государственный университет культуры и искусств

ИНТЕЛЛЕКТУАЛЬНАЯ ПУБЛИЧНАЯ ПЛОЩАДКА: ДИНАМИКА «ВИРТУАЛЬНОГО» И «РЕАЛЬНОГО» ПРОСТРАНСТВ

(на примере литературного клуба GRAPHO)

Общеизвестно, что в последнее десятилетие виртуальное пространство стало одним из самых мощных средств коммуникации между людьми и группами, что внушает тревогу целому ряду исследователей, культурных и общественных деятелей. Основания для этой тревоги реальны: можно говорить об интернет-зависимостях, феноменах